

Volume XXII

Nomor 3

Desember 2018

ISSN: 1978-6972

IKON

JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI

NASARUDDIN SSIREGAR 1, SARI ENDAH
NURSYAMSI 2 177

PEMAKNAAN PEREMPUAN GEMUK TERHADAP TUBUH IDEAL
(Studi Resepsi Tubuh Ideal Pada Iklan Penurun Berat Badan
Yang Menggunakan Daya Tarik Testimoni)

TRIA ROSITA 1, WORO HARKANDI KENCANA 2 198

PERSEPSI TUNA RUNGU TERHADAP INTERPRETER PADA
TAYANGAN BERITA TV (Studi pada Organisasi Gerakan untuk
Kesejahteraan Tunarungu Indonesia (GERKATIN) Jakarta)

S MUJAB 1, N KOMALADEWI 2 207

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS BATIK BEKASI DALAM
MEMPERKENALKAN BATIK BEKASI KE MASYARAKAT

SRI DESTI PURWATININGSIH 216

PENGARUH MENGAKSES MEDIA ONLINE DETIK.COM
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (SURVEY
PADA WARGA RW 02 KELURAHAN PETUKANGAN SELATAN)

IVONNE RUTH VITAMAYA OISHI 231

KOMUNIKASI EFEKTIF DOKTER DAN ORANG TUA PASIEN
(STUDI DESKRIPTIF TENTANG PEMBERIAN OBAT
ANTIBIOTIK KEPADA BALITA)

ILONA VICENOVIE OISINA 245

PENGARUH ANTARA MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA
KARYAWAN (Survey pada Karyawan PT Inti Tama Karsa,
Jakarta)

DAESY EKAYANTHI 1, FIT YANUAR 2 259

DEVELOPMENT OF COMMUNICATION MODEL FOR SEX
WORKERS IN HIV /AIDS PREVENTION IN EAST JAKARTA

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

IKON
Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Penanggung Jawab :
Prof Dr. Ibnu Hamad

Wakil Penanggung Jawab
Dr. Muharto Toha, Drs., M.Si.

Mitra Bestari

Dr. Eko Herry Susanto, Msi (UNTAR)
Prof. Dr. Budiyatna, M.A. (UI)
Dr. Endah Murwati, MSi (UMN)
Dr. Hadiono, Msi (UBL)

Dewan Redaksi
Dr. Syarifuddin S. Gassing, MSi
Dr. Ir. Sumardi Dahlan
Dr. Sri Desti Purwatiningsih, MSi
Dr. Illona V. Oisina S. MSi

Kesekretariatan
Nana Trisnawati, SE, MM
Miftahul Hilmi

Setting/Lay Out :
Dicky Mulyadi

Alamat Redaksi :
Kampus universitas Persada Indonesia Y.A.I
Fakultas Ilmu Komunikasi
Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat, 10340
Telp. (021) 3904858 Ekst. 1206, 1221, 1700
Fax. (021) 3150748
e-mail : fikom_upivai@yahoo.co.id

Jurnal IKON, diterbitkan tiga kali dalam setahun

Naskah untuk dimuat harus diketik sesuai dengan petunjuk penulisan yang ada pada jurnal ini dan dapat dikirim dalam bentuk elektronik melalui e-mail: fikom_upivai@yahoo.co.id

B.1

Daftar Isi

Volume XXII, Nomer 3, Desember 2018

ISSN : 1978-6972

I K O N

Jurnal Program Studi Ilmi Komunikasi

NASARUDDIN SSIREGAR M.Si 1, SARI ENDAH NURSYAMSI MM 2 PEMAKNAAN PEREMPUAN GEMUK TERHADAP TUBUH IDEAL (Studi Resepsi Tubuh Ideal Pada Iklan Penurun Berat Badan Yang Menggunakan Daya Tarik Testimoni)	177
TRIA ROSITA 1, WORO HARKANDI KENCANA 2 PERSEPSI TUNARUNGU TERHADAP INTERPRETER PADA TAYANGAN BERITA TV (Studi pada Organisasi Gerakan untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia (GERKATIN) Jakarta)	198
S MUJAB 1, N KOMALADEWI 2 STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS BATIK BEKASI DALAM MEMPERKENALKAN BATIK BEKASI KE MASYARAKAT	207
SRI DESTI PURWATININGSIH PENGARUH MENGAKSES MEDIA ONLINE DETIK.COM TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (Survey Pada Warga Rw 02 Kelurahan Petukangan Selatan)	216
IVONNE RUTH VITAMAYA OISHI KOMUNIKASI EFEKTIF DOKTER DAN ORANG TUA PASIEN (Studi Deskriptif Tentang Pemberian Obat Antibiotik kepada Balita)	231
ILONA VICENOVIE OISINA PENGARUH ANTARA MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Survey pada Karyawan PT Inti Tama Karsa, Jakarta)	245
DAESY EKAYANTHI 1, FIT YANUAR 2 DEVELOPMENT OF COMMUNICATION MODEL FOR SEX WORKERS IN HIV /AIDS PREVENTION IN EAST JAKARTA	259

Strategi Komunikasi Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam Memperkenalkan Batik Bekasi kepada Masyarakat.

S Mujab^{1*}, N Komaladewi²

^{1,2} Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

*saeful.mujaab@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam memperkenalkan Batik Bekasi kepada masyarakat. Batik sebagai sebuah karya seni, memiliki corak dan motif yang berbeda. Sebagai mana di wilayah Bekasi yang juga memiliki karya seni batik, dikenal dengan sebutan Batik *Tarawang*. Namun demikian untuk mempermudah masyarakat mengenalnya dinamakan Batik Bekasi. Batik Bekasi sebagai produk karya seni yang kurang lebih 4 (empat) tahun baru di *Launching*, sampai saat ini belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Ada sebuah komunitas yang peduli terhadap karya seni tersebut, yang menamakan diri *Komunitas Batik Bekasi (Kombas)*. Komunitas inilah yang gigih mengupayakan agar Batik Bekasi dikenal oleh masyarakat luas. Berdasarkan hal tersebut, telah menarik perhatian peneliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana strategi komunikasi Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam memperkenalkan Batik Bekasi kepada masyarakat? Untuk itu, disusun penelitian dengan judul *Strategi Komunikasi Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam Memperkenalkan Batik Bekasi kepada Masyarakat*). Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma postpositivisme, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa, Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam memperkenalkan Batik Bekasi, dilakukan melalui sosialisasi kepada masyarakat dengan menyelenggarakan acara seperti seminar, *workshop* membatik, *fashion show*, pameran, dan *bazaar*. Selanjutnya Komunitas Batik Bekasi (Kombas) juga dilakukan publikasi melalui media konvensional dan media baru komersil dengan tidak berbayar dan melalui media sosial seperti facebook, twitter dan instagram.

I. Pendahuluan

Batik merupakan sebuah karya seni yang indah, unik dan beragam yang dimiliki oleh Bangsa Indonesia. Keindahan dan keunikan batik sebagai karya seni tersebut menjadikan Badan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang membidangi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan-UNESCO, secara resmi mengakui Batik Indonesia sebagai warisan budaya

dunia. Pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO telah menetapkan Batik Indonesia sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*).

Batik sebagai sebuah karya seni yang beragam, memiliki corak dan motif yang berbeda. Tidak hanya dari Pulau Jawa, motif-motif batik tercipta, seperti motif batik Solo, Yogyakarta, Betawi, Cirebon, Pekalongan, Banguwangi, dan Malang, akan tetapi motif-motif batik hampir ada di seluruh Indonesia. Pulau Sumatera memiliki beberapa motif batik, yang antara lain motif Batik Aceh, Minangkabau, Bengkulu, Jambi, dan motif Batik Palembang. Di Kalimantan ada beberapa motif batik yaitu motif batik Pontianak, Palangkaraya, Banjarmasin, Balikpapan, dan motif batik Samarinda. Motif batik di Pulau Sulawesi ada motif Batik Maluku, Papua memiliki motif Batik Papua, di Pulau Madura ada motif Batik Madura dan di Pulau Bali terdapat motif Batik Bali.

Sekian banyak motif-motif batik yang tersebut di atas, merupakan bagian kecil dari motif-motif yang ada di Indonesia. Dapat dikatakan bahwa, masih banyak motif-motif Batik Indonesia yang belum diketahui oleh masyarakat luas. Satu hal yang menarik peneliti, ketika Kota Bekasi ber-Ulang Tahun yang ke-17 tepatnya pada tanggal 9 Maret 2014, Pemerintah Kota Bekasi me-*launching* Pakem Batik Bekasi dan telah disahkan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HAKI).

Berkenaan dengan hal tersebut dapat diketahui bahwa di wilayah Bekasi juga memiliki karya seni batik. Karya seni batik tersebut dikenal dengan sebutan Batik Tarawang, namun demikian untuk mempermudah masyarakat mengenalnya dinamakan sebagai Batik Bekasi. Batik Bekasi sebagai produk karya seni yang kurang lebih 4 (empat) tahun baru di *Launching*, sangat memerlukan sosialisasi sebagai upaya memperkenalkan kepada masyarakat dan perlu dilakukan strategi komunikasi yang jitu.

Berkaitan dengan hal tersebut, satu hal yang lebih penting adalah adanya instansi/ perusahaan yang memanaj, mengelola, memasarkan dan menyalurkannya. Hasil obseravasi, menginformasikan bahwa ada sebuah komunitas yang menghidupkan batik di Kota Bekasi. Pada 3 januari 2011 Komunitas ini membentuk sebuah komunitas yang diberi nama Komunitas Batik Bekasi atau disingkat Kombas.

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk mengetahui lebih dalam terkait Batik Bekasi dan upaya memperkenalkan produk Batik Bekasi kepada mayarakat, perlu dilakukan penelitian.

Peneliti menyusun penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam Memperkenalkan Batik Bekasi kepada Masyarakat.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini peneliti menggunakan paradigma *postpositivisme*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Adapun jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu mengumpulkan informasi mengenai subjek penelitian dan perilaku subjek penelitian pada suatu priode tertentu. Penelitian kualitatif deskriptif berusaha mendeskripsifkan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

Proses pengumpulan data peneliti menggunakan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Salah satu observasi yang peneliti aplikasikan adalah observasi partisipasi. Selanjutnya penulis melakukan wawancara secara tidak terstruktur yaitu wawancara di mana orang yang diwawancarai bebas menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti sebagai pewawancara. Pewawancara mungkin saja mempunyai daftar pertanyaan, tetapi daftar pertanyaan ini tidak dilengkapi dengan jawaban. Pewawancara hanya mencatat atau merekam dengan alat rekaman apa yang disampaikan oleh informan. Mewawancarai *key informan* dan informan secara luas tanpa harus mendalam dan berulang-ulang. *Key informan* atau narasumber kunci dalam penelitian ini adalah Ketua Komunitas Batik Bekasi. Dan informan dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) anggota Komunitas Batik Bekasi.

Untuk memberikan hasil yang maksimal, peneliti juga melakukan meneliti dokumen-dokumen tertulis seperti buku-buku, majalah, berkas-berkas, peraturan-peraturan, dan lain sebagainya. Peneliti juga mengumpulkan data dokumentasi berupa berita di media, notulen rapat, surat menyurat, dokumen dan laporan-laporan yang berada di tempat penelitian untuk mencari informasi yang diperlukan. Pengumpulan dokumen ini mungkin dilakukan untuk mengecek kebenaran atau ketepatan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara.

Peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Milles and Huberman menyatakan baha analisis data tertata dalam situs ditegaskan bahwa kolom pada sebuah matriks tata waktu disusun dengan jangka waktu, dalam susunan tahapan, sehingga dapat dilihat kapan gejala tertentu terjadi. Prinsip dasarnya adalah kronologi. Dan selanjutnya, teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi periset, metode dan sumber karena dalam

penelitian ini penulis melakukan wawancara serta penulis melakukan lebih dari satu teknik pengumpulan dan membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

Lokasi penelitian dilakukan di Kantor Komunitas Batik Bekasi di Pasar Modern Bekasi Town Square Blok D 10 Jalan Cut Meutia Raya Margahayu Bekasi Timur Kota Bekasi Jawa Barat 17113 dan di sekitar wilayah Kota Bekasi. Kegiatan penelitian telah dilakukan pada bulan Juli 2018 sampai dengan bulan Oktober 2018

III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Sejarah Komunitas Batik Bekasi

Komunitas Batik Bekasi merupakan himpunan masyarakat, yang peduli dengan Batik Bekasi. Himpunan masyarakat ini memiliki keinginan yang sama untuk memajukan, mengembangkan, melestarikan Batik Bekasi. Terdiri dari berbagai kalangan, baik masyarakat yang bergelut dengan batik, seperti para penjual/ pedagang batik nusantara, pengrajin dan produsen batik, maupun masyarakat pecinta batik, seperti guru, seniman, mahasiswa, dan lain sebagainya (Hasil wawancara dengan Key Informan, pada hari Rabu tanggal 19 September 2018 pukul 15.15 WIB).

Pada tanggal 3 Januari 2011, Komunitas Batik Bekasi yang selanjutnya disingkat dengan nama Kombas, mendeklarasikan diri dengan mengusung slogan “Kita Punya Batik!!”. Deklarasi dilakukan di Kota Bekasi dan diikuti oleh mahasiswa-mahasiswa di Kota Bekasi, antara lain, Mahasiswa Universitas Gunadarma, STIE Mulia Pratama, Universitas Islam ’45 (Unisma), Universitas Krisnadwipayana (Unkris), dan Bina Sarana Informatika (BSI).

Deklarasi dalam bentuk aksi damai dengan memberikan dukungan berupa tanda tangan dari masyarakat untuk mendorong Batik Bekasi segera dipatenkan, pemberian tanda tangan ini dilakukan dengan *long march* ke setiap kampus di Kota Bekasi, di depan Gerbang Tol Bekasi Barat, sampai dengan Radio Dakta. Deklarasi ini dilakukan dengan kesadaran deklarator sebagai “*Agent of Change*” yaitu memberikan dukungan sepenuhnya dan “*Agent of Control*” dengan mengawal agar Batik Bekasi sampai kepada pendaftaran Hak Paten oleh Ditjen Hak Kekayaan Intelektual (HKI) (Hasil wawancara dengan Informan I, pada hari Jum’at tanggal 21 September 2018 pukul 14.30 WIB).

Selanjutnya Kombas menyelenggarakan kegiatan Seminar tentang Batik pada tanggal 21 Desember 2011 di Ruang Cinema Universitas Gunadarma Kota Bekasi. Seminar dengan narasumber Drs. Narlisman Nahar selaku Kepala Bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Ridwan Marhid, S.Pd dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop) Kota Bekasi dan juga merangkap sebagai Ketua Dewan Kesenian Bekasi (DKB) Bekasi, dengan dimoderatori oleh Saudara Adi Yunsyah, SE. selaku Sekretaris Jendral Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI) Kota Bekasi. Seminar ini merupakan pelopor langkah awal memperkenalkan Batik Bekasi kepada masyarakat.

Seminar dimaksud juga bertujuan untuk mensosialisasikan dan memberikan kajian tentang Batik Bekasi kepada mahasiswa dan masyarakat pada umumnya. Peran dan fungsi mahasiswa juga seluruh elemen masyarakat sangat dibutuhkan dalam proses Batik Bekasi sampai kepada pendaftaran Hak Paten oleh Direktorat Jenderal (Ditjen) HKI. Seminar ini diakhiri dengan penandatanganan petisi berupa dukungan penuh oleh Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop), Dinas Pemuda Olah Raga Kebudayaan dan Pariwisata (Disporbudpar), Dinas Pendidikan, Pengerajin Batik Bekasi, Dewan Kesenian Bekasi, Lembaga Swadaya Masyarakat dan Badan Eksekutif Mahasiswa di Kota Bekasi (Hasil wawancara dengan Informan III, pada hari Jum'at tanggal 21 September 2018 pukul 09.00 WIB).

Pada tanggal 4 Juni 2012, Kombas menyelenggarakan kegiatan Pra *Launching* Batik Bekasi. Kegiatan ini dihadiri oleh seluruh pelajar di Kota Bekasi, dan Kegiatan ini dibuka oleh Dr. H. Rahmat Effendi selaku Walikota Bekasi. Acara ini juga dihadiri juga oleh Kong Guntur, dan Budayawan Bekasi lainnya. Acara yang merupakan kegiatan untuk mengenalkan motif Batik Bekasi pada masyarakat umum, berlangsung di salah satu pusat perbelanjaan di Kota Bekasi. Kegiatan ini menampilkan keberagaman kebudayaan dan kesenian Bekasi, juga *fashion show*, pameran, *bazaar* serta *stand* mencanting gratis untuk masyarakat yang ingin mencoba cara mencanting secara langsung.

Launching Batik Bekasi diselenggarakan bertepatan dengan Hari Ulang Tahun (HUT) Kota Bekasi yang ke-17, pada tanggal 9 Maret 2014 di Plaza Pemerintahan Kota Bekasi. Kegiatan ini meliputi, *launching* Pakem Batik Kota Bekasi, *fashion show* seragam pelajar, PNS, dan umum yang diperagakan oleh Abang Mpok Kota Bekasi. Juga dimeriahkan oleh kegiatan 500 Pelajar Mencanting dan diakhiri dengan penandatanganan prasasti Batik Kota Bekasi oleh

Walikota Bekasi beserta Muspida yang terkait. Pada hari Senin tanggal 10 Maret 2014 Batik Bekasi yang memiliki 12 (Dua Belas) pakem batik, diresmikan oleh Walikota Bekasi Dr. H. Rahmat Effendi dan sekaligus dipatenkan langsung oleh Dirjen Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

3.2 Batik Bekasi

Batik Bekasi memiliki 12 (dua belas) pakem yang terbagi menjadi 5 (Lima) kategori yaitu Flora, yang meliputi motif Bambu, Buah Kecapi, Bunga Melati dan Teratai. Fauna, yang meliputi motif Ikan Gabus, Ikan Lele, Ikan Sepat, dan Ikan Betik. Sejarah, yang meliputi motif Gedung Juang Tambun, Kali Bekasi, Monumen Perjuangan dan Bambu Runcing. Dan Budaya, yang meliputi motif Tari Topeng dan Legenda Rawa Tembaga. Serta Permainan anak yang meliputi motif Tanjidor dan Benteng. serta Batik Bekasi memiliki ciri khas yaitu warna yang cerah seperti hijau lumut, hijau daun dan merah tanah (Hasil wawancara dengan Informan II, pada hari Senin tanggal 24 September 2018 pukul 10.00 WIB).

Batik Bekasi sebagian besar terdiri dari batik tulis. Batik tulis tersebut terdapat 7 (Tujuh) proses dalam pembuatannya. Adapun prosesnya adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat pola pada kain mori dengan menempelkan lilin batik menggunakan canting;
- 2) Nembok atau menutup bagian pola;
- 3) Mabel dengan mencelupkan mori yang sudah diberi lilin batik ke dalam warna biru;
- 4) Ngerok dan ngngirah atau menghilangkan lilin;
- 5) Mbironi yaitu menutup bagian yang tetap berwarna biru;
- 6) Nyoga yaitu mencelup mori ke dalam larutan soda;
- 7) Nglorod yaitu menghilangkan lilin batik dengan menggunakan air mendidih.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan *key informan* yaitu Ketua Komunitas Batik Bekasi (Kombas) Barito Hakim Putra, dan observasi di Kantor Kombas yang beralamat di Pasar Modern Bekasi Town Square Blok D 10 Kota Bekasi, bahwa strategi komunikasi dalam memperkenalkan Batik Bekasi kepada masyarakat Indonesia pada umumnya dan masyarakat Bekasi khususnya, terus dilakukan. Diantaranya adalah dimulai dengan mendirikan sebuah perkumpulan atau himpunan masyarakat, yang peduli dengan Batik Bekasi. Kemudian melakukan *Launching* dan sekaligus mematenkan Batik Bekasi sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual yang dilindungi oleh hukum.

Selanjutnya, Kombas melakukan sosialisasi dengan menyelenggarakan acara seperti seminar, *fashion show*, pameran, *bazaar* serta *stand* mencanting gratis untuk masyarakat. Selain itu, dilakukan publisitas memperkenalkan Batik Bekasi melalui media, baik media konvensional maupun media baru/ internet. Disamping itu Komunitas Batik Bekasi juga memanfaatkan *endorsement*/ dukungan dari Walikota Bekasi Dr. H. Rahmat Effendi dalam mempromosikan Batik Bekasi, sehingga Batik Bekasi dikenal oleh pejabat-pejabat atau para tamu dari daerah lain.

Terkait dengan upaya membangun perkumpulan atau himpunan masyarakat, yang peduli, memiliki keinginan yang sama untuk memajukan, mengembangkan dan melestarikan Batik Bekasi, telah dilakukan konsolidasi dan koordinasi dari berbagai kalangan. Baik masyarakat yang bergelut dengan batik, seperti para penjual/ pedagang batik nusantara, pengrajin dan produsen batik, maupun masyarakat pecinta batik, seperti guru, seniman, pelajar dan mahasiswa. Dan dengan slogan “Kita Punya Batik!!”, wadah perhimpunan masyarakat peduli Batik Bekasi terwujud. Wadah tersebut diberi nama Komunitas Batik Bekasi yang disingkat Kombas.

Pada awalnya dan sampai saat ini, Kombas memiliki tugas berat yang harus dipikul. Tugas awal adalah mengupayakan pelestarian karya seni Anak Bangsa, dalam hal ini Batik Bekasi untuk segera dapat dipatenkan oleh Ditjen HKI. Hal ini bertujuan selain melestarikan Batik Bekasi, juga agar memiliki kekuatan hukum. Berkenaan dengan tersebut, berkat rahmad Allah Swt., saat ini Batik Bekasi sudah dipatentkan dan memiliki legalitas HKI.

Tanggung jawab Kombas selanjutnya adalah memperkenalkan lebih luas Batik Bekasi kepada masyarakat. Penyelenggaraan kegiatan baik langsung maupun tidak langsung, telah dan terus dilakukan. Kombas menyelenggarakan seminar, *workshop*, *fashion show*, pameran dan *bazaar*. Kegiatan tidak langsung, dilakukan melalui media massa, baik media konvensional maupun media baru/ internet.

Kegiatan Kombas untuk memperkenalkan Batik Bekasi dilakukan publisitas melalui media konvensional seperti televisi. Berkenaan dengan hal tersebut, Batik Bekasi bersama Kombas pernah mengisi sebuah acara pada stasiun Televisi Nasional seperti TV-ONE dan Metro TV, serta Televisi Lokal. Selain itu Kombas juga menggunakan media cetak seperti surat kabar dan majalah untuk memperkenalkan Batik Bekasi. Sebuah catatan, untuk memperkenalkan Batik Bekasi, Kombas tidak membayar media dalam melakukan publisitas, kebanyakan dari

pihak media yang meminta ke Kompas agar Batik Bekasi dapat dijadikan *main story*/ berita utama dari media dimaksud.

Selain media konvensional seperti televisi, surat kabar, buletin dan majalah, Kompas juga menggunakan media sosial dan media *during/ on line* untuk memperkenalkan Batik Bekasi. Ada beberapa akun yang dibuat oleh Kompas, seperti pada media Twitter, Facebook, dan Instagram.

Selain melakukan publisitas melalui media sosial, Kompas juga melakukan publisitas melalui media *during/ on line*. Hasil dari observasi penulis, ditemukan bahwa ada beberapa media *during/ on line* yang digunakan oleh Komunitas Batik Bekasi untuk memperkenalkan batik Bekasi kepada masyarakat luas, antara lain *travel.kompas.com*, *www.dakta.com*, *komunita.id* dan *www.bintang.com*.

Batik Bekasi sebagai hasil karya seni putra-putri Kota Bekasi merupakan warisan sejarah yang perlu dicintai, dijaga dan dilestarikan. Peneliti mengapresiasi Komunitas Batik Bekasi (Kompas), dengan perjuangan dan dedikasi yang tinggi Kompas mampu mendorong serta mengupayakan Batik Bekasi agar dipatenkan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI). Selain itu Kompas juga berupa keras agar Batik Bekasi dinelal oleh masyarakat luas, khususnya masyarakat Kota Bekasi.

Upaya sosialisasi dan publisitas Batik Bekasi ke masyarakat telah dilakukan dan terus dilakukan. Memperkenalkan peninggalan sejarah bangsa tentu bukan persoalan yang mudah, perlu keuletan, ketekunan dan tentunya biaya yang tidak sedikit. Sejak Batik Bekasi dipatenkan Ditjen HKI pada 10 Maret 2014 yang lalu, dengan upaya Kompas memperkenalkan kepada masyarakat, sedikit demi sedikit Batik Bekasi mulai dikenal.

Ada beberapa catatan dari hasil penelitian ini, bahwa 2 (dua) tahun belakangan ini Kompas kurang gencar melakukan publisitas kepada masyarakat. Terlihat perbedaan jelas ketika Batik Bekasi belum dipatenkan dan tahun pertama kedua setelah dipatenkan, Kompas begitu gencar melakukan sosialisasi dan publisitas. Batik Bekasi yang terpublis di media televisi, surat kabar, media *on line*, dan media lainnya selama ini, bukan merupakan program berbayar, hanya karena kebanyakan dari pihak media yang meminta ke Kompas agar Batik Bekasi dapat dijadikan *main story* dari media dimaksud. Hal ini yang kemudian penayangan terkait Batik Bekasi intensitasnya rendah. Penayangan yang hanya bersifat insidensial dan tergantung

kebutuhan media. Berbicara media berbayar memang masalah klasik yang dialami oleh pengusaha apalagi UMKM, karena berkaitan dengan besarnya biaya.

Selanjutnya berkenaan dengan publisitas Batik Bekasi pada media sosial, sebagaimana peneliti ungkapkan di atas, 2 (dua) tahun belakangan ini mengalami kelesuan. Akun Instagram yang memiliki 211 pengikut, Facebook dengan 626 pertemanan, dan twitter Kombas yang mencapai 3519 pengikut, sangat disayangkan dari tanggal 14 Desember 2016 sampai dengan detik ini November 2018 sepi/ tidak ada informasi yang dimuat.

Berkaitan dengan hal tersebut, Kombas perlu terus aktif mempublis Batik Bekasi di media sosial. Untuk itu Kombas seharusnya memiliki *Public Relations* (PR) yang handal, sehingga publisitas Batik Bekasi untuk memperkenalkan ke masyarakat lebih maksimal.

IV. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Penelitian mengenai Strategi Komunikasi Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam Memperkenalkan Batik Bekasi kepada Masyarakat telah dilakukan. Adapun kesimpulannya adalah Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam memperkenalkan Batik Bekasi melakukan melalui sosialisasi kepada masyarakat dengan menyelenggarakan acara seperti seminar, workshop membatik, *fashion show*, pameran, dan *bazaar*. Selanjutnya, Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam memperkenalkan Batik Bekasi juga melakukan publikasi melalui media konvensional dan media baru komersil dengan tidak berbayar dan melalui media sosial seperti facebook, twitter dan instagram.

4.2 Saran

Penelitian mengenai strategi komunikasi Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam memperkenalkan Batik Bekasi kepada masyarakat ini belum mencapai kata sempurna, masih perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam tentang bagaimana efek, berkenaan strategi komunikasi yang dilakukan Komunitas Batik Bekasi dalam memperkenalkan Batik Bekasi kepada masyarakat. Selanjutnya, ada hal yang perlu menjadi catatan berkenaan dengan strategi komunikasi Komunitas Batik Bekasi, bahwa media sosial merupakan media publikasi yang murah, dan dapat menjangkau ke penjuru dunia, untuk itu publisitas Batik Bekasi di media sosial, perlu intensitas yang tinggi dan pesan komunikasi yang menantang dan unik

agar informasi cepat dikonsumsi masyarakat. Berkenaan dengan hal tersebut perlu tim atau PR/ Humas yang kreatif, inovatif dan handal.

Daftar Pustaka

Afrilliyanna, Purba, Gazalba Saleh dan Andriana Krisnawati. *TRIPs-WTO dan Hukum HKI Indonesia, Kajian Perlindungan Hak Cipta Seni Batik Tradisional Indonesia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005.

Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV. ARMICO.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomis, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Cook, Sarah. 2002. *Customer Care Excellence : Cara Untuk Mencapai Customer Focus* (alih bahasa : Kemas Achmad Faizal Risalah), Jakarta: Penerbit PPM.

Durianto, D., Sugiarto, Widjaja, A. W., & Supratikno, H. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

..... 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

..... 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung : Remaja Rosdakarya.

Feriyanto, Andri dan Endang Shyta Triana. 2015. *Pengantar Manajemen*. Kebumen: Mediatara.

Jauch Lawrence R, Glueck William F. 1988. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Murad, Sitanggang Henry, Penerjemah; Dharma Agus, Editor. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama. Terjemahan dari: Strategic Management and Business Policy.

Miles, Matthew B dan Amichael Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohisi. Jakarta: Universitas Indonesia.

Miner, John B. 1988, "*Organizational Behavior: Performance And Productivity*" First Edition, Random House Business Division, New York.

Moleong, Lexy J. 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.

Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitataif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Poerwadarminta, W.J.S. 2006. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Santana. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujaweni, Wiratna. 2014. *Metodoli Penelitian*. Yogyakarta: Pustsaka Baru Pers.



SURAT TUGAS

Nomor : ST/056/III/2018/FIKOM-UBJ

Pertimbangan : Dalam rangka melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dalam kegiatan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, maka dipandang perlu menugaskan Dosen Tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk melaksanakan kegiatan tersebut mulai bulan Maret sampai Oktober 2018. Untuk itu perlu mengeluarkan Surat Tugas.

Dasar : 1. Statuta Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun 2017.
2. Rencana Induk Pengembangan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun 2017-2042.
3. Rencana Strategis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun 2014-2019.
4. Surat Keputusan Ketua Pengurus Yayasan Brata Bhakti Nomor : SKEP/01/I/2017/YBB tanggal 2 Januari 2017 tentang Program Kerja Universitas Bhayangkara Jakarta Raya tahun 2017.
5. Keputusan Rektor UBJ No : KEP/001/III/2015/UBJ, perihal : Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat.
6. Program Kerja Fakultas Ilmu Komunikasi Tahun Akademik 2017/2018.

DITUGASKAN :

Kepada : **NITA KOMALA DEWI, S.I.Kom, MM**
Dosen Tetap Fakultas Ilmu Komunikasi

Untuk : 1. Melaksanakan kegiatan Penelitian Dosen dengan judul “ **Strategi Komunikasi Pemasaran Koperasi Komunitas Batik Bekasi (KOMBAS) (Studi Kualitatif Koperasi Komunitas Batik Bekasi (Kombas) dalam Memperkenalkan dan Memasarkan Batik Bekasi kepada Masyarakat)** ”
2. Melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “ **Pelatihan Event Organising** ”.
3. Melaksanakan tugas ini dengan penuh tanggung jawab.
4. Melaporkan hasil penelitian kepada Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

Selesai,

Ditetapkan di : Bekasi
Pada tanggal : 16 Maret 2018
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,



Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP : 1504222